



Leseprobe aus Binder und Oelkers, Der neue Strukturwandel von Öffentlichkeit.
Reflexionen in pädagogischer Perspektive, ISBN 978-3-7799-3638-1
© 2017 Beltz Verlag, Weinheim Basel
[http://www.beltz.de/de/nc/verlagsgruppe-beltz/gesamtprogramm.html?
isbn=978-3-7799-3638-1](http://www.beltz.de/de/nc/verlagsgruppe-beltz/gesamtprogramm.html?isbn=978-3-7799-3638-1)

Öffentlichkeit in mediatisierten Gesellschaften von heute

Von inhaltsbezogenen Kommunikationsformen zu medienbezogenem kommunikativen Handeln

Friedrich Krotz

1. Öffentlichkeit als Prozess

Öffentlichkeit ist irgendwo zwischen Demokratie und Staat, Medien und Politik, der Bevölkerung und dem Individuum angesiedelt, und deswegen ein zentrales Thema der Kommunikations- und Medienwissenschaft, der Soziologie, der Politikwissenschaft und der Demokratie. Das „irgendwie“ ist bei dieser Festlegung bewusst gewählt, denn der jeweilige „Ort“ und die konkrete Funktion von Öffentlichkeit sind historisch, kulturell und gesellschaftlich abhängig und keineswegs immer gleich. Sie müssen immer wieder neu verstanden und bestimmt werden, und auch, wer Öffentlichkeit gegen Übergriffe verteidigen oder sie weiter entwickeln will, muss „Ort“ und Funktion ebenso wie deren Probleme und Veränderungen und die Bedingungen dafür im Blick haben. Diese unbestimmte Notwendigkeit soll dieses „irgendwie“ ausdrücken.

Der damit in den Blick genommene Prozesscharakter von Öffentlichkeit und ihre Abhängigkeit von vielfältigen Bedingungskonstellationen wird hier deshalb so betont, weil uns die Sprache immer wieder dazu verführt, dass man das Substantiv „Öffentlichkeit“ als Gegenstand, als Objekt, als etwas Festes und zumindest zunächst einmal als in bestimmter Weise Vorhandenes begreift und behandelt und einen Wandel dann allenfalls in einem sekundären Schritt untersucht. Auch die formale Logik legt mit ihrer dinglich basierten Grundannahme, dass jedes Ding sich selbst gleich sei, diese Umgangsweise nahe. Stattdessen ist aber eigentlich Heraklit gefragt: „Man kann nicht zweimal an der gleichen Öffentlichkeit teilhaben“ – so ließe sich sein Satz über den Fluss der Zeit in diesem Zusammenhang umformen: Öffentlichkeit ist Prozess, sowohl in ihrer inneren Struktur als auch in ihrer Abhängigkeit von der Komplexität ihrer Existenz als Relation zwischen vielem. Dies wäre bei jeder Analyse zentral zu berücksichtigen.

Im deutschen Sprachraum ist bekanntlich die einerseits historische, andererseits gleichzeitig prognostische Studie von Habermas (Habermas 1962) zentraler Bezugspunkt jeder wissenschaftlichen Diskussion von Öffentlichkeit –

ohne Zweifel eine Arbeit, die Entwicklungen beschreibt, sowohl kleine als auch große. Den historischen Teil haben auch namhafte Historiker wie beispielsweise Ulrich Wehler akzeptiert (Wehler 1987, S. 326 ff.); von dem eher prognostischen, der über die bürgerliche Öffentlichkeit hinausgeht, hat sich Habermas bekanntlich selbst teilweise in der Neuauflage seines Buches distanziert (Habermas 1990). Insgesamt aber ist festzuhalten, dass Soziologie und Politikwissenschaft ebenso wie Kommunikations- und Medienwissenschaft seither eher nur nach großen Veränderungen gefragt haben; gängig ist heute die Frage nach dem Strukturwandel von Öffentlichkeit. Damit wird Öffentlichkeit aber zu etwas, was vor allem verschiedene Stufen durchläuft, obwohl Öffentlichkeit zugleich auch ein kontinuierlicher, in seinen Brüchen dialektisch zu fassender Prozess ist, wie die Analyse des Entstehens von Öffentlichkeit gezeigt hat. Dies wird auch für den Wandel von Öffentlichkeit heute deutlich, wenn man ihn in der hier eingenommenen Perspektive betrachtet, nämlich dem Medienwandel und der Mediatisierung, die bekanntlich zum Entstehen und etwa durch Printmedien und durch die elektrischen Medien Radio und Fernsehen auch wesentlich zum Funktionieren wie zum Wandel von Öffentlichkeit beitragen.

Der hier vorgelegte Aufsatz kann natürlich keineswegs alle angesprochenen Fragen verfolgen oder gar beantworten. Gleichwohl soll aber versucht werden, Öffentlichkeit dadurch als Prozess aufzuzeigen, als dass sich diese Entität sowohl in ihren relevanten Beziehungen nach außen, etwa zur Demokratie und zu den möglichen Beteiligungsformen der Menschen, als auch in ihrer inneren Struktur im Kontext des Wandels der Medien verändert.

Dazu werden wir uns im folgenden Teilkapitel mit den Ansätzen von Habermas und Imhof auseinandersetzen und rekonstruieren, dass sowohl Habermas als auch Imhof Öffentlichkeit vor allem als Prozess gedacht haben, der sich in Stufen entwickelt. In den beiden weiteren Teilkapiteln werden wir dann demgegenüber vor allem den heutigen Mediatisierungsprozessen und deren Folgen nachgehen.

2. Entstehung und struktureller Wandel von Öffentlichkeit in der Perspektive von Habermas und Imhof

(Politische) Öffentlichkeit spielte und spielt sowohl als kommunikationswissenschaftliches wie als soziologisches Konzept eine Rolle. Dies beruht, wie bekannt, im deutschen Sprachraum im Wesentlichen auf den Arbeiten von Jürgen Habermas, der Öffentlichkeit zu einem für jede Demokratietheorie und damit für demokratiebezogene Sozialwissenschaften zentralen Konzept entwickelte (Habermas 1962). In der klassischen, noch an einer auf Massenmedien bezogenen Kommunikations- und Medienwissenschaft verstand man darunter eine Entität, die „aus einer Vielzahl von Kommunikationsforen [bestand, F.K.], deren

Zugang prinzipiell offen und nicht an Mitgliedschaftsbedingungen gebunden ist und in denen sich individuelle und kollektive Akteure vor einem breiten Publikum zu *politischen Themen* äußern.“ (Gerhards 1998, S. 694, Hervorhebung im Original). Unterschieden wurden dabei verschiedene Ebenen von einfachen Kommunikationssituationen bis hin zu einer massenmedial und professionell hergestellten Öffentlichkeit. Deren politische Bedeutung ergibt sich kurz gesagt aus den Notwendigkeiten der Demokratie, wobei die in der Folge von Habermas' Arbeiten entstehenden kritischen im Unterschied zu systemtheoretischen Öffentlichkeitskonzepte einerseits Deliberation, andererseits die von Habermas angeführte Vermachtung von Öffentlichkeit durch die Vorherrschaft von organisierten Interessengruppen in den Mittelpunkt stellten.

Habermas (Habermas 1962) hatte das Entstehen politischer Öffentlichkeit als Fortsetzung des freiheitlich ausgerichteten und gleichberechtigten Dialog der mitteleuropäischen Staatsbürger des 18. und 19. Jahrhunderts verstanden, bei dem – in der Regel – das beste Argument den Ausschlag gibt; wichtig war für den Erfolg des zivilgesellschaftlichen Diskurses freilich auch die damals bestehende Interessensgleichheit von Zivilgesellschaft und Wirtschaft, die beide auf freie Informationen angewiesen waren und sich auf dieser Basis gegen die Vorherrschaft des bürokratischen Feudalismus zusammaten.

Im Anschluss an die Entstehung von Öffentlichkeit hat Habermas dann deren Strukturwandel im Kapitalismus beschrieben und unter den Begriff der Re-feudalisierung gestellt. Vor allem in seinem Kapitel über den sozialen Strukturwandel von Öffentlichkeit entwickelte er die These, dass diese Entwicklung letztlich in einen Zerfall bürgerlicher Öffentlichkeit mündet. Die dazu passende, allerdings nicht unmittelbar daran anschließende These einer Kolonialisierung von Lebenswelt als Gegenpol einer zunehmenden systemisch/kapitalistischen Entwicklung entstand erst im Zusammenhang mit seiner Theorie kommunikativen Handelns (Habermas 1987). Gleichwohl hat sich Habermas in der zweiten Auflage seines Öffentlichkeitsbuches von der pessimistischen Perspektive auf der Basis einer Analyse der Entwicklungen in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts auf eine relativ differenzierte Weise distanziert (Habermas 1990, S. 20 ff.), worauf hier nicht weiter eingegangen werden kann. Dabei hat er, am Rande vermerkt, auch die technische Entwicklung berücksichtigt, wie seine Diskussion von Josua Meyrowitz' Studie „No sense of Place“ (Meyrowitz 1990) in der Tradition der sogenannten Mediumstheorie in der Folge von Innis und McLuhan belegt, die Habermas freilich für zu linear gedacht hielt (Habermas 1990, S. 48 f.); auf den Charakter des technisch/organisatorisch bedingten Wandels geht er dort nicht weiter ein.

Habermas' Arbeit ist nach wie vor grundlegend für jede Öffentlichkeitstheorie, auch wenn daran zahlreiche Kritikpunkte festgemacht worden. In der Perspektive der Cultural Studies (vgl. hierzu auch Stevenson 1995) wurde beispielsweise hervorgehoben, dass zwar die Produktion und die Inhalte von Medien

berücksichtigt, aber die Rezeption und deren Konsequenzen ignoriert werden. Ferner stellt sich die Frage, wie einheitlich-ideologisch Öffentlichkeit eigentlich ist bzw. inwiefern sie sich im Laufe der Zeit in dieser Hinsicht verändert. So dann ist die Beschränkung auf den Nationalstaat und die männlich dominierte Öffentlichkeit, die Frauen und Arbeiter aus der Analyse ausschließt, kritisiert worden; auch sei die Annahme, dass sich das beste Argument durchsetze, zu ideal. Ergänzend lässt sich in kritischer Absicht auch auf alternative (Wimmer 2007) sowie heimliche Öffentlichkeiten (Romahn 2015), auf den Mediendispositivbegriff im Anschluss an Foucault (Steinmaurer 2015) sowie darauf verweisen, dass Habermas seine Analyse gerade im Hinblick auf umkämpfte Entwicklungen nicht nur historisch-systematisch, sondern auf der Basis dialektischer Überlegungen hätte aufbauen müssen (Krotz 2015). Denn nur so ließe sich wohl genauer rekonstruieren, wie sich denn aus vernetzten Kaffeehausdiskursen hoch spezialisierte Massenmedien entwickeln können, die einerseits auf technischer Basis im Wesentlichen von privatwirtschaftlichen Unternehmen betrieben werden und die früher den öffentlichen Diskurs tragenden Bürger auf die Nutzung von Massenmedien reduzieren – so grundlegend, dass die Reste auf interpersonaler Kommunikation beruhender Öffentlichkeiten wie die Schweizer Kanton-Öffentlichkeiten oder die in manchen US-Staaten stattfindenden Präsenztreffen zur Wahl des Präsidenten als eher merkwürdige Überbleibsel der Vergangenheit erscheinen. Zusammenfassend ist dementsprechend festzuhalten, dass in Habermas' Arbeit jedenfalls der Prozesscharakter zwar nicht in allen Details berücksichtigt worden ist, aber gleichwohl die Beschreibung doch relevant durchzieht.

Den Hinweis auf einen zweiten, neuen Strukturwandel der Öffentlichkeit, der unbedingt zur Kenntnis zu nehmen sei, verdanken wir Kurt Imhof. Er hat diese Idee in einem wichtigen Buch (Imhof 2011) propagiert und entwickelt, auf diversen Tagungen vertreten und schließlich auch mit eingeladenen Kommentaren in der Zeitschrift für Theoretische Soziologie (ZTS) zur Diskussion gestellt.

Imhof geht erstens von einer Kritik an der Soziologie aus, die in seiner Sicht dem Konzept Öffentlichkeit nicht die zentrale Rolle eingeräumt hat, die ihm gebührt. Die Soziologie setze zwar in ihrer klassischen Form am Prozess der Aufklärung an, weil erst dadurch die Subjekte die gesellschaftliche Ordnung in Bezug auf Vernunft statt auf Vorsehung entworfen hätten, aber sie habe danach „Öffentlichkeit“ kaum mehr zur Kenntnis genommen, obwohl doch erst der letzte Bezug jedes Denkens und Handelns auf Öffentlichkeit eine demokratisch orientierte Soziologie generieren könne. Zweitens begreift Imhof Öffentlichkeit dezidiert als Prozess – sie muss immer verteidigt und vor allem auch kritisch weiter entwickelt werden, damit sie ihre so existentiell benötigte Wirksamkeit auch unter sich verändernden Bedingungen entfalten kann. Dabei kommt auch den Massenmedien eine wesentliche Rolle zu. Drittens schließlich

habe sich, so Imhof, in den letzten Jahren das Mediensystem vom politischen System entkoppelt und immer weiter ausdifferenziert, sodass der Demokratie ihr wesentliches Selbstbeobachtungsinstrument, zugleich aber auch der symbolische Ort der Bürgerbeteiligung wie auch der Deliberation immer weiter abhanden komme. Auf diesem Feld vor allem liegt auch die empirische Expertise Imhofs, der eine Vielzahl von Indikatoren quantitativer und qualitativer Art anführt, die diese Diagnose stützen, wie Selektionslogiken, Personalisierung und Privatisierung. Dahinter steht insbesondere auch, dass heute nicht mehr Zivilgesellschaft und Wirtschaft gemeinsam gegen den Feudalismus opponieren, vielmehr setzen jetzt Staat und Wirtschaft die Zivilgesellschaft unter Druck (hierzu auch Krotz 2014).

Zweifelsohne sind die von Imhof in den Vordergrund gerückten Zeichen eines neuerlichen Strukturwandels von Öffentlichkeit von erheblicher Bedeutung. Gleichwohl ist die Frage, ob die Diagnose insgesamt nicht zu konservativ ist, weil der Medienwandel letztlich ebenso radikal ausgeblendet wird wie viele andere gesellschaftliche Entwicklungen wie Globalisierung oder Individualisierung – diese sind vor allen Dingen auch deshalb von Bedeutung, weil sie vermutlich eine andere innere Struktur und Funktion von Öffentlichkeit bedingen, was Imhof nicht weiter in den Blick nimmt. Denn es liegt auf der Hand, dass in einem anders funktionierenden Mediensystem – siehe die nächsten Teilkapitel –, aber auch im Hinblick auf neue Machtkonstellationen und hegemoniale Einflussweisen sich Mediensysteme anpassen müssen – beispielsweise heute im Hinblick auf Fake news, mit denen ein korrekter Journalismus allein vermutlich nicht ohne weiteres fertig wird, die aber für eine kontinuierliche Diskreditierung von Teilen des politischen Systems sorgen können.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass mit den Arbeiten von Habermas und Imhof zwar eine Grundlage für eine weiterführende Diskussion für Öffentlichkeit unter den heutigen Bedingungen gelegt ist und das Öffentlichkeit auch deutlich als Prozess konzipiert wird, dass dabei aber zentrale konzeptionelle Fragen offen bleiben: Die Bedeutung des Medienwandels, aber auch die Frage nach einem Wandel der inneren Struktur von Öffentlichkeit, die an Massenmedien gebunden bleibt, sowie die vergleichsweise traditionellen Überlegungen zur Funktionsweise von Öffentlichkeit, die der Komplexität einer Ansiedlung von Öffentlichkeit in der Gesellschaft heute nicht immer gerecht werden, sollten genauer berücksichtigt werden. In dem vorliegenden Aufsatz wird nun vor allem der Medienwandel und die damit verbundenen Bedingungen für Öffentlichkeit genauer in den Blick genommen.

3. Mediatisierung und die damit in Gang gebrachte Transformation von Öffentlichkeit

Mit einer Berücksichtigung des Wandels der Medien für die Konstitution von Öffentlichkeit ist natürlich nicht gemeint, dass die Medientechniken dafür ausschlaggebend sind. Vielmehr zieht ein technischer Wandel, der zu einem Wandel eines Mediums führt, langfristig einen Wandel kommunikativer Potenziale für mögliche Nutzerinnen und Nutzer, einen Wandel damit verbundener Organisationsformen, der institutionellen und normativen Einbettung von Medien in Kultur und Gesellschaft sowie einen Wandel von Medieninhalten, gesellschaftlichen Bedingungen für Medien und ästhetischen Formen nach sich – diese Veränderungen kommen natürlich durch den Umgang der Menschen mit den neuen Potenzialen zustande und können sich natürlich auf Öffentlichkeit auswirken. Zu berücksichtigen sind dabei insbesondere auch die dafür relevanten gesellschaftlichen Machtprozesse, die sich aber gleichzeitig auch in diesem Rahmen verändern können, weil etwa neue Eliten, neue Unternehmensformen, neue Geschäfts- und Institutionsmodelle und insgesamt so auch neue Macht-agglomerationen und Machtechnologien zustande kommen und wirksam werden können. Bei der folgenden Darstellung werden wir uns einiger Ergebnisse und insgesamt der Perspektive des Mediatisierungsansatzes auf der Basis des DFG-Schwerpunktprogramms „Mediatisierte Welten“ (Krotz/Despotovic/Kruse 2014; Hepp/Krotz 2014; Krotz/Despotovic/Kruse im Druck, Krotz im Druck), aber auch bereits früher vorgetragener Überlegungen (Krotz 1998; 2000) sowie weitere Ergebnisse aus der Mediatisierungsforschung (Lundby 2014) bedienen.

Der Mediatisierungsansatz zielt darauf ab, *den Wandel der Medien und seine Bedeutung für den Alltag und das Zusammenleben der Menschen und damit auch für Kultur und Gesellschaft konzeptionell zu fassen, empirisch zu untersuchen und im Hinblick auf soziale Theorien zu analysieren und daraus dann auch Schlussfolgerungen zu ziehen*. Dabei geht Mediatisierungsforschung vom einer *sozialen Perspektive* aus und setzt am Erleben der Menschen an (vgl. hierzu auch Sowinska 2016): Sie erleben, dass immer mehr ihrer Alltagshandlungen und Lebensbedingungen in einem Bezug zu Medien stehen – selbstfahrende Autos, Arbeitsplätze, familiäre Lebensbedingungen, soziale Beziehungen usw. Dieses Erleben wird in der Regel als medienbezogen oder sogar als mediatisiert beschrieben und bezeichnet. Daran knüpft der hier vorgestellte Ansatz mit seinem Namen und seiner Fragestellung an. Auch wenn man früheren sporadischen Verwendungen des Begriffs „Mediatisierung“ nachgeht, wie dies Stefanie Averbek-Lietz (Averbek-Lietz 2014) getan hat, zeigt sich immer wieder, dass dieser Begriff im 20. Jahrhundert vor allem im Zusammenhang mit einem Medienwandel verwendet wurde.

In einer derartigen sozialen Perspektive lassen sich dann drei notwendige und zusammengehörige Forschungsansätze der Mediatisierungsforschung unterscheiden:

- Die Untersuchung der *aktuellen Entwicklung*, die meistens mit dem etwas unpassenden Begriff der Digitalisierung bezeichnet wird: während „Digitalisierung“ auf die Form der Datendarstellung Bezug nimmt, die in der hier gewählten sozialen Perspektive eher belanglos ist, sollte stattdessen eher von einer computergestützten oder computergesteuerten Medienentwicklung die Rede sein, denn es sind letztlich die Computer und die Computernetze, die die vielfältigen neuen Formen von Kommunikation, Handeln und all den anderen Phänomenen ermöglichen, und die insgesamt in ihren konkreten Operationen und ihrer weitergehenden Entwicklung vor allem von den größten bisher von Menschen geschaffenen Unternehmen wie Apple, Amazon, Google, Facebook etc. abhängig sind.
- Die Untersuchung der *historischen Entwicklung* der Medien im Rahmen von Kultur und Gesellschaft, die ja eine wesentliche Voraussetzung für die Verwendung der digitalen Medien von heute ist – ohne Schrift oder Alphabetisierung oder ohne kulturelle Lernprozesse, welche Musik schön ist und wie man Bilder ansieht und interpretiert, wäre die heutige Medienentwicklung kaum denkbar; obendrein kann man aus der Vergangenheit lernen.
- Und eine *kritische Analyse und Bewertung*, die beispielsweise am Kritikbegriff der Frankfurter Schule (Adorno 1978) anknüpft, indem sie das Vorhandene in seinem Bezug auf das Mögliche analysiert und beurteilt und daraus Schlussfolgerungen zieht. Eine derartige Kritik hat wie jede Kritik immer auch normative Grundlagen; hier wird unter dem „Möglichen“ eine Entwicklung der Medien verstanden, die zur Selbstverwirklichung der Menschen im Rahmen eines demokratischen Zusammenlebens beiträgt.

Im Rahmen dieser aktuellen, historischen und kritischen Mediatisierungsforschung müssen dann auch weitere gesellschaftliche Prozesse angemessen berücksichtigt werden, die für den Medienwandel und dessen Folgen für Alltag, Kultur und Gesellschaft eine Rolle spielen. Dazu gehören insbesondere *Globalisierung, Kommerzialisierung und Individualisierung*, weil diese Langzeitprozesse einerseits Rahmenbedingungen für die Entwicklung von Medien setzen, andererseits aber auch zu den Bedarfen beitragen, warum Menschen, Unternehmen und Institutionen neue Medien erfinden und verwenden – beispielsweise impliziert Individualisierung eine Bedeutungsreduktion traditioneller sozialer Beziehungen wie der Familie oder der Nachbarschaft, was dann umgekehrt neue Bedarfe nach Informationen und Wissen schaffen kann. Die Untersuchung dieser Fragen setzt ein Denken und Forschen in Prozessen voraus, insofern auch Medien keine stabilen Einheiten, sondern Prozesse sind: Mediatisierungsforschung

muss immer als Transformationsforschung gesehen werden, weil unter dem Einfluss des Wandels der Medien langfristig wenig bis nichts unverändert bleibt, insofern sich zumindest stets relevante Handlungs- und Kommunikationskontexte verändern.

In einer derartigen Perspektive lässt sich nun sagen, dass Mediatisierungsforschung gleichzeitig *zwei eigenständige, aber zusammenhängende Transformationen* in den Blick nimmt: Was die aktuelle Forschung angeht, einerseits die Transformation der Medien, wie sie im letzten halben Jahrhundert mit dem Aufkommen der Computer stattgefunden hat, und andererseits die darin gründende Transformation von Alltag, Kultur und Gesellschaft, die nach den sozialen Konsequenzen dieser Transformation fragt.

Dies lässt sich am Beispiel der Mediatisierung der Familie illustrieren: Familien wollen und müssen einerseits die vielfältigen neuen Computermedien bzw. Computergestützten Medien in ihre Struktur integrieren, vom Stand alone Computer bis zum Smartphone in ihren jeweiligen Facetten, und sich auch mit dem Wandel der „alten“ Medien Fernsehen und Bücher, Musik und Telefonieren beschäftigen, deren Inhalte und Nutzungsformen sich geändert haben. Andererseits haben sich im Kontext dieser Integration medialer Entwicklungen die Gestaltung von sozialen Beziehungen, die internen Familienstrukturen und das Aufwachsen der Kinder und die Kontakte zu den hier involvierten Institutionen wie der Schule wesentlich gewandelt: Mehr und mehr Kommunikation in der Familie und aus der Familie heraus bzw. in die Familie hinein findet medial vermittelt und sehr viel individualisierter statt; mehr und mehr Aktivitäten in der Familie oder im Rahmen der Familie finden medienbezogen statt, insofern man in der Präsenz von Medien miteinander spricht und Alltag gestaltet, oder indem man über Medien spricht und über Sachverhalte, die man vor allem oder nur aus den Medien kennt. Alles zusammen ist so weit entwickelt, dass man Familie mit Kindern heute nur noch verstehen und das Geschehen dort wissenschaftlich rekonstruieren kann, wenn man die Medien mit einbezieht – und das ist genau die Definition der Aussage, dass Familie heute eine *mediatisierte Entität* ist.

Beschäftigen wir uns nun allgemeiner zunächst mit der ersten Transformation, der *Transformation der Medien*. Sie besagt, dass sich *die alten Medien*, die also schon vor dem Aufkommen der Computer vorhanden waren, verändern, und dass zudem neue Medien entstanden sind. Das bedeutet insbesondere, dass das frühere Mediensystem, also die Menge aller den Menschen zugänglichen Medien (Kleinsteuber 2005; Thomaß 2007) sich weiter entwickelt hat, und zwar zu einer *digitalen Infrastruktur aus computergesteuerten Medien, die tendenziell alle symbolischen Operationen einer Gesellschaft integriert*.

Sieht man sich das frühere Mediensystem an, so bestand es – neben Medien der interpersonellen Kommunikation, nämlich Brief und Telefon – im Wesentlichen aus Massenmedien, die sich über Inhalte an bestimmte Wahrnehmungs-

formen der Menschen gerichtet haben: Schrift- und Printmedien, die tagesaktuellen Medien Zeitung, Radio und Fernsehen sowie etwa die Musik-, die Bild- und die Bewegtbildmedien. Zusätzlich kann man sagen, dass jedes dieser Medien bzw. die verschiedenen Mediengruppen zu verschiedenen historischen Zeitpunkten entstanden sind, so die Printmedien im 15., der Fotoapparat im 19., das Fernsehen im 20. Jahrhundert, und ferner, dass jedes dieser Medien im Wesentlichen einzigartig war: von seiner Technik und Organisation her, von seiner sozialen Einbettung etwa durch öffentliche Institutionen und Unternehmen und begleitet durch medienspezifische Normen und Gesetze, etwa zum Jugendschutz, in seinen Inhalten und ästhetischen Formen, und in Erwartungen und Nutzungsweisen seitens der Publika oder Individuen. Vor allem die tagesaktuellen Medien Zeitung, Fernsehen und Radio galten als für Öffentlichkeit als relevant.

Heute sind diese alten Medien dabei, ihre Besonderheiten zu verlieren; sie sind mittlerweile Teil der computergesteuerten digitalen Infrastruktur und werden von Computern simuliert. Dabei haben sie sich auch wesentlich verändert – so haben sie ihre frühere materiale Form verloren, insofern beispielsweise Streaming-Prozesse für Musik, Bücher, Filme etc. immer weitere Verbreitung finden, so sprechen immer mehr dieser Medien als elektronische Angebote mögliche Nutzerinnen und Nutzer nicht mehr nur auf einem, sondern auf mehreren Wahrnehmungskanälen an, insofern sie andere Medien und deren Ästhetiken integrieren, und sie werden auch unterschiedlich genutzt – beispielsweise verschwinden Fotos nicht mehr überwiegend in privat genutzten Fotoalben, sondern werden in entsprechenden Netzangeboten wie Facebook oder Instagram präsentiert, dienen die meisten Kamerabilder der Überwachung mit entsprechend reduzierten ästhetischen Formen und sind neue Motive fürs Fotografieren entstanden, die sich etwa auf Selfies richten. Natürlich bedeutet das nicht, dass die alten Medien damit radikal verschwunden sind – immer noch gibt es bekanntlich Zeitungen, Zeitschriften, Bücher, Radio und Fernsehen, aber sie bekommen allmählich, auch deswegen, weil sie anders angeboten und anders genutzt werden, eine andere Bedeutung, insbesondere auch für die Konstitution von Öffentlichkeit. Dies deshalb, weil ihre Angebote jederzeit aufgerufen werden können, aber auch, weil derartige Angebote zunehmend etwa von YouTube, Facebook oder Google übernommen und in personalisierter Form weiter verbreitet werden, aber nicht mehr, um irgendwelchen Informationskriterien zu genügen, sondern um Nutzer daran zu hindern, die jeweils besuchte social software zu verlassen. Sie erhalten so einen werblichen Charakter, der sich mit dem früheren journalistischen Auftrag nicht unbedingt mehr deckt.

Neben dem Wandel der alten Medien haben sich *neue Medien und Mediendienste* entwickelt. Sie lassen sich in vier Gruppen einteilen: Erstens *neu institutionalisierte Massenmedien*, die sich ähnlich wie die früheren Massenmedien über bestimmte Inhalte an mögliche Nutzerinnen und Nutzer wenden, vor al-

lem Blogs und Websites, Videos auf YouTube oder podcasts. Sie beinhalten eine Form der Partizipation an Öffentlichkeit, die das gate-controlling der klassischen und professionellen Massenmedien in Frage stellt, weil dazu alle Nutzerinnen und Nutzer Zugang haben. Zweitens *interaktive Medien*, die als Formen wechselseitiger Mensch-Maschine-Kommunikation begriffen werden müssen, wie etwa Computerspiele, der Umgang mit Robotern, die Steuerung von Drohnen oder die Interaktion mit ‚autonom‘ agierenden Softwarebots wie etwa SIRI von Apple. Drittens *handlungsorganisierende Medien*, also Hardware-Softwaresysteme, die dazu dienen soziales Handeln und Kommunizieren der Menschen zu organisieren – in Bezug auf soziale Beziehungen wie Facebook, in Bezug auf Jobs wie linkedin, in Bezug auf Wissen wie Google, wegen der Mitteilung situativer Erlebnisse wie Whatsapp oder Telegram, für situative persönliche Stellungnahmen zu öffentlichem Geschehen wie Twitter, oder für spezifische Dienstleistungen wie Stadtpläne, Wasserwaagen oder Wörterbücher, aber auch weitere wie GPS-Angebote etc. Viertens schließlich als Spezialfall müssen nur *mittelbar nutzbare Mediendienste* genannt werden, beispielsweise Überwachungskameras, Software, die der Datensammlung dient, Steuerungssoftware für Geräte und Operationen etc.

Insofern lässt sich hier sagen, dass die Tendenz bei den neu entstehenden Medien vor allem dahin geht, die mediale Ansprache der Menschen durch Inhalte durch medienvermittelte Organisationsformen zu ergänzen, die ihnen bei der Lösung bestimmter praktischer Aufgaben hilfreich sein können. Dahinter steht natürlich die Entwicklung, dass die neuen Medienanbieter nicht mehr an Inhalten interessiert sind und in dieser Hinsicht auch keine Aufgabe mehr für die Demokratie erfüllen, sondern sehr viel direkter auf ihre konkreten Gewinninteressen hinarbeiten, nämlich Daten zu sammeln und Werbung zu vermitteln, und dafür natürlich auch auf Monopolbildung sowie darauf aus sind, ihre Kunden an bestimmte vergleichbare Handlungsweisen zu gewöhnen. Derartige Angebote sind weitgehend neu, und dass sie viel Resonanz finden, zeigen etwa die KIM- und JIM-Studien des Medienverbands Südwest. Insgesamt ist dies eine der wesentlichen Besonderheiten, in denen sich das frühere Mediensystem von der digitalen, computervermittelten Infrastruktur unterscheiden, und dies hat, wie weiter unten noch deutlich wird, erhebliche Konsequenzen für „Öffentlichkeit“.

Wenden wir uns nun der *zweiten Transformation, dem Wandel von Alltag, Kultur und Gesellschaft im Kontext des Wandels der Medien* zu. Hier ist es natürlich viel schwieriger, allgemeine Aussagen zu treffen, insbesondere auch deshalb, weil hier ganz unterschiedliche Aspekte und Ebenen betrachtet werden müssen. Wir beschränken uns darum auf einige Überlegungen zu dem hier behandelten Thema „Öffentlichkeit“.

Zunächst ist hier festzuhalten, dass die alten Massenmedien, die sich mit Inhalten an spezifische Wahrnehmungsformen der Menschen gewandt haben,

heute eine geringere Bedeutung für die Konstitution von Öffentlichkeit haben als früher. Dies liegt einmal daran, dass die oben so genannten neu institutionalisierten Massenmedien zunehmend zu einer Konkurrenz für die alten Massenmedien werden, vor allem, was die Nutzungsformen jüngerer Menschen angeht. Darüber hinaus lässt sich aber auch ein struktureller Wandel von Partizipationsmöglichkeiten an Öffentlichkeiten diagnostizieren, wenn man die oben sogenannten handlungsorganisierenden Medien betrachtet, die die klassischen informierenden Medien durch neue Potenziale ergänzen. Allerdings ist auf die Tendenz hinzuweisen, dass diese handlungsbezogenen Medien, zu denen ja auch Social Software a la Facebook oder Instagram gehört, die klassischen inhaltsorientierten Medien für ihre Zwecke zu benutzen versuchen. Dies tun sie wie bereits erwähnt dadurch, dass sie die Webangebote der alten, eher journalistisch ausgerichteten Medien wie etwa der Tageszeitungen in das Ensemble ihrer inhaltlichen Angebote aufnehmen – dies aber nicht, um ihre Kundinnen und Kunden umfassend zu unterrichten, sondern eher in werblicher Absicht, um sie in der eigenen Herrschaftssphäre zu halten. Vermutlich werden die journalistischen Häppchen auch danach selektiert.

Das bedeutet insgesamt, dass sich die Struktur von Öffentlichkeit, die früher im Wesentlichen durch die Leistungen mehr oder weniger journalistischer Medien sowie durch den Bezug auf eine wie auch immer erhobenen öffentlichen Meinung zustande kam, und in der in der Regel professionelle Akteure das Wort führen, sich deutlich geändert hat und wohl auch weiter ändern wird. Dies auch deshalb, weil sich die Rolle sozial eingebetteter Zugangsweisen, die einerseits als Vermachtung untersucht werden müssen, die andererseits aber auch Formen sozialer Kontrolle beinhaltet haben, unwichtiger geworden sind: alle können prinzipiell jederzeit und in jeder Situation relativ ungefiltert öffentlich zu Wort kommen, was die Nachrichtenlage ausgesprochen unübersehbar und zufällig macht, und was ja dann auch die Aktivitäten rechtsradikaler und rassistischer Gruppierungen, hatespeech und fake news ermöglicht. Von einer journalistisch geprägten Öffentlichkeit kann jedenfalls nur noch eingeschränkt die Rede sein. In diesem Zusammenhang müssen auch die sogenannten Filterblasen und Echokammern betrachtet werden, die einerseits zu einseitiger Kommunikation beitragen können, aber eben auch Raum bieten für soziale Gruppen, ihre Interessen überhaupt erst einmal miteinander zu entwickeln. Zudem müssen auch die Zensurverfahren wie Personalisierung und Customization von Facebook, Google und anderen kritisiert werden, die nicht als Entlastung der User, sondern eher als gezielte Einflussnahme gesehen werden müssen, ebenso wie die Beteiligung von Bots, die penetrant auf bestimmte Websites verweisen. Diese negativen Entwicklungen sind natürlich keine Argumente gegen die neuen Formen einer mehr partizipativ ausgerichteten Öffentlichkeit. Ihnen stehen zahlreiche positive Entwicklungen gegenüber – angefangen etwa von den Communitybewegungen in den USA bis hin zu den neuen partizipativen Formen,